

Emmer, Martin; Wolling, Jens:

Online Citizenship? - die Entwicklung der individuellen politischen Beteiligung im Internet

Original erschienen in:

Lernen von Obama? : das Internet als Ressource und Risiko für die Politik. -
Gütersloh : Verl. Bertelsmann-Stiftung. - 2009, S. 83-116.

ISBN (print): 978-3-86793-051-2

ISBN (online): 978-3-86793-065-9

[Gesehen: 04.02.2016]

»Online Citizenship?« – Die Entwicklung der individuellen politischen Beteiligung im Internet

Martin Emmer, Jens Wolling

1 Politische Kommunikation und Online-Partizipation im Spiegel der Wissenschaft

Seit Mitte der 90er Jahre ist das Internet ein fester Bestandteil der Themenagenda von Journalisten und Sozialwissenschaftlern, die die aktuellen Entwicklungen und Tendenzen in diesem Bereich verfolgen und analysieren. Um die dabei beobachteten Phänomene zu beschreiben und zu erklären, werden eine Vielzahl unterschiedlicher Begriffe und Konzepte diskutiert. Insbesondere die möglichen und tatsächlichen Folgen der neuen digitalen Kommunikationsoptionen stehen im Mittelpunkt des Interesses. Während frühe Arbeiten auf Basis erster Erfahrungen in kleinen Subkulturen ausgesprochen weitreichende und sehr positiv gerahmte Zukunftsvisionen formuliert haben (Rheingold 1994, 1996; Turkle 1995), meldeten sich bald auch kritische Stimmen zu Wort, die mögliche soziale Veränderungen entweder grundsätzlich bezweifeln oder eher die Risiken und negativen Aspekte der Online-Kommunikation betonen (Barber 1998; Virilio 1993).¹

Bis Ende der 90er Jahre hatte sich das Internet in Form des World Wide Web (WWW) zu einem für jedermann leicht zu nutzenden Kommunikationsmittel entwickelt. Die Nutzerzahlen in den Industrieländern (insbesondere den USA, den mittel- und nordeuropäischen Staaten sowie den boomenden südostasiatischen Ländern) waren mit hohen Zuwachsraten kontinuierlich angestiegen. Schon bald

1 Hierzu ist allerdings festzuhalten, dass das Internet in frühen Texten bei Weitem nicht dem entsprach, was wir heute darunter verstehen. Insbesondere das World Wide Web spielte in den Überlegungen der Autoren zu »Virtuellen Gemeinschaften« oder »Telemedien« noch keine Rolle.

wurden nicht nur die ökonomischen, sondern auch die gesellschafts-politischen Potenziale des weltweiten Netzes erkannt. Daran anknüpfend wurden Ideen entwickelt und erste Versuche unternommen, diese Ressource für die jeweiligen Interessen nutzbar zu machen. Etwa seit dieser Zeit werden in Wissenschaft und politischer Praxis verschiedene Konzepte diskutiert, welche die Potenziale des Netzes für die politische Sphäre theoretisch darlegen und die zu erwartenden Effekte erläutern. In diesem Zusammenhang kursiert bis heute eine Vielzahl von Termini, die mögliche Szenarien begrifflich auf den Punkt bringen wollen, von »E-Democracy«, mit dem die Erneuerung und Bereicherung bestehender demokratischer Verfahren durch neue Kommunikationstechniken bezeichnet wird (Zittel 2000), über »Cyberdemocracy«, »Digital Democracy«, »Teledemocracy« (Dijk und Hacker 2000; Hagen 1997), welche vollkommen neue Formen nicht nur der politischen Kommunikation, sondern der Demokratie selbst umschreiben, bis hin zu »eGovernance«, »eGovernment«, »Cybergovernment« (Brown 1997), womit Veränderungen staatlichen Handelns bzw. staatlicher Organisation und Verwaltung bezeichnet werden.

Die Begriffsvielfalt ist einerseits auf die Komplexität der denkbaren und tatsächlichen Innovationen sowie auf die hohe Geschwindigkeit der realen Entwicklungen und Transformationsprozesse zurückzuführen. Andererseits kann festgestellt werden, dass sich die Konzepte teilweise sehr ähneln und sich inhaltlich nicht immer eindeutig voneinander abgrenzen lassen. Ursache hierfür ist wohl nicht zuletzt, dass aufgrund der dynamischen globalen Entwicklung unterschiedliche Akteure an unterschiedlichen Orten begonnen haben, sich mehr oder weniger gleichzeitig mit dem Gegenstand praktisch, theoretisch und empirisch zu beschäftigen und ihn begrifflich zu fassen. Hinzu kommt, dass bereits von Beginn an bei der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Internet das Interesse verschiedener Autoren auch auf unterschiedliche Ebenen des Politischen gerichtet war. Auf der Makro-Ebene wird zum Beispiel die Rolle des Internets in der internationalen Kommunikation, für die Veränderung staatlicher bzw. gesellschaftlicher Strukturen oder im Handeln von Staaten (Presse- und Meinungsfreiheit, Gesetzgebungsverfahren, Verwaltungsorganisation etc.) diskutiert (Schneider 1999). Auch die gesellschaftliche Meso-Ebene hat bisher ausgesprochen viel Auf-

merksamkeit erhalten; vor allem die Nutzung des Netzes durch Parteien, insbesondere im Wahlkampf, steht hier im Vordergrund (Marschall 2001; Schweitzer 2005; Westermayer 2003). Eine Mikro-Perspektive der Forschung nimmt schließlich das Individuum und dessen Umgang mit dem Internet in den Blick. Hier wird die wechselseitige Beeinflussung von Online-Kommunikation einerseits sowie politischem Wissen, Einstellungen und Handeln von Personen andererseits untersucht (Emmer und Vowe 2004; Mossberger, Tolbert und McNeal 2008; Shah et al. 2005; Xenos und Moy 2007). Dabei ist klar, dass sich diese Ebenen nicht völlig trennen lassen. Aussagen über Veränderungen politischer Systeme basieren beispielsweise in der Regel auf konkreten Beobachtungen der Entwicklungen auf Meso- und Mikro-Ebene.

Die Beantwortung der Frage, wie der einzelne Bürger mit den neuen Optionen umgeht, die das Internet bereitstellt, ist zweifellos von überragender Bedeutung für die Erforschung des Einflusses des Internets auf die Demokratie und das gesellschaftliche Zusammenleben. Grund dafür ist, dass sich am Umgang des Individuums mit der Technik auch die Bedeutung des Netzes für Organisationen und Staaten, für Wirtschaft, Kultur und andere gesellschaftliche Teilbereiche entscheidet: Die größten Potenziale des Internets, die viele Experten in Verwaltungsreformen und in einer größeren Bürgerbeteiligung am Willensbildungsprozess durch neue Formen der Deliberation sehen, wären schließlich bedeutungslos, wenn die Menschen für die Nutzung solcher Anwendungen nicht entsprechend motiviert wären und sich die notwendigen Kompetenzen nicht aneignen könnten oder wollten. Deshalb werden wir im Weiteren das auf der gesellschaftlichen Mikro-Ebene angesiedelte Konzept des Online Citizenship diskutieren (in der Literatur findet sich auch der Begriff »Digital Citizenship«; Mossberger, Tolbert und McNeal 2008: 1), womit die Teilnahme der Bürger am politischen Prozess mit Hilfe der neuen digitalen Kommunikationsmedien – angefangen bei der Information über Politik über interpersonalen politischen Austausch bis hin zu politischem Partizipationshandeln – bezeichnet werden soll (Emmer 2005; Emmer und Vowe 2004; Mossberger, Tolbert und McNeal 2008; Nisbet und Scheufele 2004).

Empirische Forschung zur Rolle des Internets in der politischen Kommunikation von Bürgern in Deutschland hatte sich zuerst, so-

lange es sich beim Netz um ein von einer kleinen Gruppe junger Akademiker genutztes Nischenmedium handelte, auf Fallstudien mit relativ geringem Anspruch auf Verallgemeinerbarkeit beschränkt. Untersucht wurden darin einzelne, häufig von Studenten genutzte Foren (Garramone, Harris und Anderson 1986; Weinreich 1997) oder auch einzelne WWW-Angebote von Interessengruppen oder Parteien (Bieber 1999; Müller 1998). Bis heute spielen diese fallbezogenen Ansätze in der politischen Online-Kommunikationsforschung in Deutschland eine bedeutende Rolle. Insbesondere für die Beschreibung und Bewertung der permanent neu entstehenden Kommunikationsplattformen (zuletzt etwa das sogenannte Social Web: YouTube, Xing, StudiVZ etc.) sind solche Studien von großer Bedeutung.

Belastbare Daten, die Aussagen über die Internetnutzung der deutschen Bevölkerung ganz allgemein zulassen, existieren seit Ende der 90er Jahre und haben 1997 mit einer jährlichen Erhebung allgemeiner Internetnutzungsindikatoren durch ARD und ZDF begonnen (Eimeren, Oehmichen und Schröter 1997). Die regelmäßigen Befragungswellen des Pew-Internet-Research-Projekts, die als die zentrale Datenquelle für die USA gelten, setzen beispielsweise erst ab dem Jahr 2000 ein (www.pewinternet.org), sodass damit für Deutschland im Vergleich bereits sehr früh grundlegende Indikatoren vorliegen. Kommunikationsaktivitäten, die in einem engeren Sinne ›politisch‹ sind, finden in diesen Studien wie auch in anderen allgemeinen Bevölkerungsumfragen (ALLBUS, Mikrozensus etc.) jedoch nur in einzelnen Wellen und relativ geringem Umfang Berücksichtigung. Die umfassendste Datenquelle zu politischer Nutzung des Internets in Deutschland bietet seit dem Jahr 2002 das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierte Forschungsprojekt »Politische Online-Kommunikation«². Für dieses Projekt wurden erstmals im Jahr 2002 etwa 1.500 repräsentativ ausgewählte Bundesbürger ab 16 Jahren telefonisch zu ihrer herkömmlichen und internetgestützten politischen Kommunikation befragt. Bis 2007 wurde diese Befragung in insgesamt fünf Wellen wiederholt, wodurch wich-

2 Die Studie wurde von 2002 bis 2006 an der Technischen Universität Ilmenau durchgeführt und seit 2007 in Kooperation mit Prof. Gerhard Vowe an der Universität Düsseldorf.

tige Erkenntnisse über Stand und Entwicklung der politischen Online-Nutzung der Deutschen ermöglicht werden. Auf Basis dieser Daten wird nach einer theoretischen Grundlegung der zentralen Begriffe und des Untersuchungsansatzes im Folgenden dargestellt, wie die Deutschen erstens das Internet für politische Information, Kommunikation und Partizipation nutzbar gemacht haben und wie sich zweitens die politische Online-Kommunikation zwischen 2002 und 2007 verändert hat. Auf diesen Ergebnissen aufbauend wird drittens diskutiert, inwieweit die vorliegenden Daten Anlass geben, im Hinblick auf die individuelle politische Beteiligung im Internet in Deutschland von »Online Citizenship« zu sprechen. Von Online Citizenship soll die Rede sein, wenn sich stabile Muster politischer Kommunikation im Internet zeigen, durch die Menschen ihr Repertoire an politikbezogener Kommunikation erweitern oder ihre Kommunikation teilweise oder ganz ins Netz verlagern.

2 Politische Online-Kommunikation der Deutschen 2002 bis 2007

2.1 Theoretische Grundlegung der Untersuchung: Information, interpersonale Kommunikation, Partizipation online und offline

Das Internet ist ein vielfältiger Kommunikationsraum, der nicht nur neue Massenmedien im herkömmlichen Sinne – vergleichbar mit Zeitung, Hörfunk oder Fernsehen – bereitstellt, sondern in dem sich die Grenzen zwischen Kommunikationsmodi und Interaktionskonfigurationen auflösen (Beck 2006: 21–28; Morris und Ogan 1996). Deshalb greifen Ansätze zu kurz, die die Internetnutzung unter Mediennutzung verorten und dann der Frage nachgehen, wie diese Form der Mediennutzung mit herkömmlichen Phänomenen des individuellen politischen Handelns wie der interpersonalen Kommunikation, dem bürgerschaftlichen Engagement oder der konventionellen und unkonventionellen politischen Partizipation zusammenhängt (Weaver und Drew 2001). Ein solches Vorgehen lässt außer Acht, dass das Netz eben nicht nur ein Medium ist, dessen Inhalte »rezipiert« werden und einen Einfluss auf Handeln und Einstellung

gen haben können. Vielmehr handelt es sich um eine komplexe Kommunikationsstruktur mit Hybridcharakter (Beck 2006: 28–31; Höfflich 1997; Rössler 1998), über die eben auch interpersonal kommuniziert werden kann und in der politische Aktionen – »Netzstreiks«, Kampagnen, Petitionen – stattfinden können. Die Untersuchung erhebt daher den Anspruch, möglichst die gesamte kommunikative Breite der politischen Online-Kommunikation zu erfassen. Voraussetzung dafür ist, einen weiten Begriff des »Politischen« zu verwenden: Entsprechend einer Definition, die unter Politik das Herbeiführen von gesellschaftlich bindenden Entscheidungen in einem demokratischen Prozess versteht (Parsons 1966: 85), wird unter politischer Kommunikation nicht nur staatliches Handeln und Parteipolitik, sondern auch die Kommunikation von Akteuren im vorpolitischen Raum verstanden (Bürgerinitiativen, Gewerkschaften etc.), insofern sie sich mit gesellschaftlich relevanten Themen beschäftigen.³

Um der oben bereits diskutierten Konvergenz der Kommunikationsmodi im Internet gerecht zu werden, werden drei Arten von Kommunikation unterschieden: 1. Informationskommunikation, 2. interpersonale Kommunikation und 3. partizipative Kommunikation. Während Erstere der klassischen Mediennutzung entspricht, also der Rezeption von publizistischen Medienangeboten wie Zeitung, Zeitschriften, Fernsehprogrammen, aber natürlich auch der Nutzung von Informationen im Internet, wird mit dem Begriff der interpersonalen Kommunikation der kommunikative Austausch zwischen einzelnen Personen oder in kleinen Gruppen verstanden, bei dem die Teilnehmer typischerweise nicht die Rolle professioneller Kommunikatoren einnehmen. Interpersonale Kommunikation kann medienvermittelt stattfinden (per Telefon, Chat, E-Mail etc.), wobei die in Frage kommenden Medien eine möglichst zeitnahe Interaktion zwischen den Teilnehmern ermöglichen sollten. Bei der interpersonalen Kommunikation handelt es sich um ein Konstrukt, das in der Medienforschung häufig als intervenierende Variable untersucht wird (zum Beispiel als Verstärker von Medienwirkungen im »Two-Step-Flow of Communication«, Katz 1957). Partizipative Kommunikation

3 Alle Fragebögen der bisherigen Wellen sind auf der Webseite www.politische-online-kommunikation.de dokumentiert. Hier kann die Operationalisierung aller Fragen im Detail nachvollzogen werden.

schließlich umfasst alle Aktivitäten, die vor allem in der Politikwissenschaft als »politische Partizipation« definiert sind. Auch solche Aktivitäten können, folgt man klassischen Partizipationsdefinitionen, als Kommunikation verstanden werden: Tätigkeiten, »die Bürger freiwillig mit dem Ziel unternehmen, Entscheidungen auf den verschiedenen Ebenen des politischen Systems zu beeinflussen« (Kaase 1995: 521), müssen letztendlich einen Kommunikationscharakter haben, der den tatsächlichen Entscheidungsträgern den Willen der Partizipierenden vermittelt. Das gilt selbst für Aktivitäten wie Demonstrationen, Streiks sowie für Wahlen.

Tabelle 1: Überblick über die untersuchten politischen Kommunikationsvariablen

| | Online | Offline |
|--|---|--|
| Informations-kommunikation | Politische Informationen im Internet Politiker-Homepages Broschüren bestellen | TV-Nachrichten Tageszeitung Politische TV-/Print-Magazine Broschüren bestellen |
| Interpersonale Kommunikation | Politische Gespräche im Internet Persönlicher Kontakt mit Politikern | Politische Gespräche mit Freunden Persönlicher Kontakt mit Politikern |
| Partizipative Kommunikation | Online-Mitarbeit in Organisationen Leserbriefe/Foren-Beteiligung Unterschriftensammlungen Behördenkontakte Eigene Homepage Web-2.0-Angebote (Weblog, Podcast)* Politische Banner/Signatures Politische Spenden online* | Mitgliedschaft/Mitarbeit in Organisationen Demonstrationen Versammlungen Leserbriefe Unterschriftensammlungen Behördenkontakte Aufkleber/Buttons Politische Spenden |
| * Einige Aktivitäten wurden nicht in jeder Welle erhoben. Alle Aktivitäten wurden explizit mit Bezug auf politische Nutzung abgefragt. | | |

Die Untersuchung ist so angelegt, dass bei allen drei Kommunikationsformen sowohl herkömmliche als auch Online-Kommunikationsaktivitäten parallel erfasst werden können, um Hypothesen hinsichtlich möglicher Substitution oder Komplementarität von politischer Online- und Offline-Kommunikation prüfen zu können (weitere Details siehe Emmer 2005: 93–96). Während die Analysen hierzu ergeben, dass zumindest kurzfristig das Internet weder zu einer generellen Abnahme politischer Kommunikation und Partizipation noch zu

einer einfachen Ersetzung von ›alter‹ Offline- durch ›neue‹ Online-Kommunikation geführt hat (Emmer 2005: 198–201), soll vor dem Hintergrund der Frage, ob man in Deutschland Formen eines Online Citizenship beobachten kann, der Fokus der nachfolgenden Auswertung stärker auf einer Analyse der Entwicklung zentraler Online-Aktivitäten liegen.

2.2 Empirische Ergebnisse der Untersuchung: individuelle politische Online-Beteiligung im Zeitverlauf

Im Folgenden wird die Nutzung zentraler online-basierter politischer Kommunikationsmöglichkeiten durch die Deutschen im Zeitverlauf beschrieben. Dabei werden generelle Tendenzen in der Bevölkerung insgesamt ebenso wie Entwicklungen innerhalb einzelner Bevölkerungsgruppen dargestellt. Die Aufschlüsselung der Daten für einzelne Untergruppen kann einerseits Hinweise auf mögliche Einflussvariablen geben, die die beobachteten Entwicklungen erklären können, andererseits können diese Differenzierungen helfen, zukünftige Entwicklungen besser abzuschätzen.

Basis der Darstellungen sind – sofern nicht anders angegeben – die Antworten auf die Frage, ob die jeweilige Aktivität innerhalb des vergangenen Jahres ausgeübt wurde.⁴ Die Prozentuierungen beziehen sich jeweils auf die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung in der Bundesrepublik ab 16 Jahren. Das bedeutet, dass immer auch alle diejenigen in die Auswertungen eingeschlossen sind, die als Nicht-Nutzer des Internets überhaupt keine Möglichkeit haben, solche Angebote zu nutzen. Die Prozentwerte sind damit gegenüber einer Darstellung, die Anteile ausschließlich auf Basis der Internetnutzer berechnen würde, niedriger. Für die Zielsetzung dieses Beitrags ist diese Auswertungsstrategie vorzuziehen, weil sie eine bessere Einschätzung der gesamtgesellschaftlichen Relevanz verschiedener Aktivitäten ermöglicht. Zudem werden bei dieser Darstel-

4 In der Befragung zusätzlich erhobene Variablen, wie etwa Häufigkeit oder konkret genutzte Angebote, können aus Umfangsgründen hier nicht vertieft werden. Hierzu wird auf zahlreiche Publikationen aus dem Projekt verwiesen (Emmer 2005; Emmer, Fütting und Vowe 2006; Emmer und Vowe 2004; Emmer und Wolling 2007).

lung mögliche Hemmnisse aufgezeigt, die generell der Nutzung des Internets entgegenstehen, wie etwa die durch die unterschiedliche Mediensozialisation bedingte Alterskluft. Eine zentrale Information, um die Entwicklung der individuellen politischen Beteiligung anhand der nachfolgend dargestellten Daten zu bewerten, ist deshalb die Verbreitung der Internetnutzung im Untersuchungszeitraum.⁵

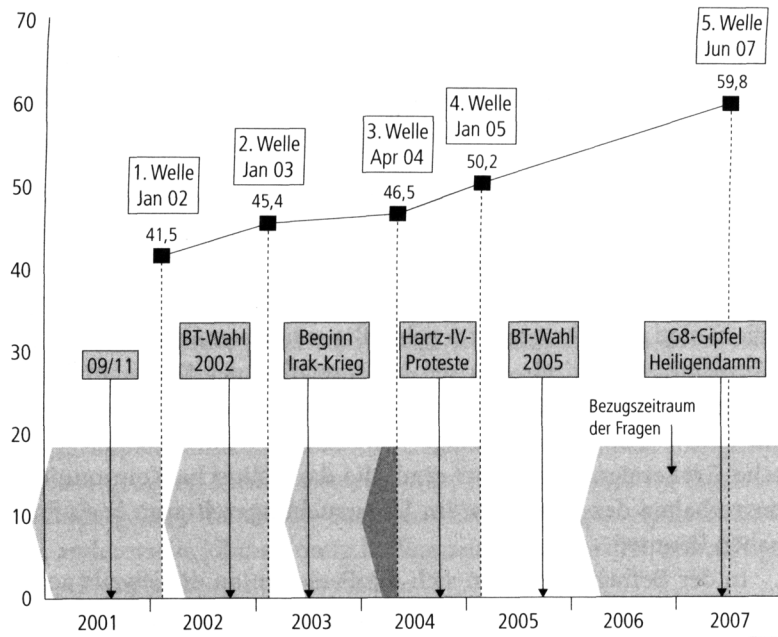
2.3 Nutzung des Internets allgemein

Die folgende Abbildung 1 zeigt den Zuwachs an Internetnutzern von 2002 bis 2007, wobei nur solche Personen als Nutzer des Internets erfasst sind, die wenigstens regelmäßig mindestens eine Stunde pro Woche »im Netz sind«. Für die Interpretation der Daten im Längsschnitt ist eine zeitgeschichtliche Verortung notwendig, weswegen auf dem Zeitstrahl auch einige nationale und internationale politische Großereignisse verortet sind, die das politische Kommunikationsverhalten der Deutschen im Untersuchungszeitraum beeinflussen haben könnten.

In der Befragung sollten sich die Personen an die jeweils ausgeübten Kommunikationsaktivitäten des vergangenen Jahres erinnern (»Haben Sie innerhalb des vergangenen Jahres einmal ...«). Mit dieser Technik soll eine Vergleichbarkeit der Antworten aus den einzelnen Wellen hergestellt werden, die mit Fragen wie »Haben Sie schon einmal ...« nicht sichergestellt wäre. Zudem erleichtert ein klarer Bezugspunkt die Beantwortung der Frage für den Interviewpartner. Auf diese Weise lassen sich darüber hinaus relevante Umweltvariablen identifizieren, die unter Umständen für ein stärkeres oder auch niedrigeres Häufigkeitsniveau der Antworten von Welle zu Welle verantwortlich sein könnten. So lassen sich Ereignisse identifizieren, die vermutlich einen mobilisierenden Einfluss gehabt haben, zumindest

5 In dieser und allen weiteren Darstellungen ist zudem eine Datengewichtung enthalten. Da aufgrund des Stichprobenverfahrens und der Art der Datenerhebung die Antworten in solchen Befragungen gewöhnlich ein sogenanntes »Mittelschicht-Bias« enthalten, also Randsegmente der Bevölkerung tendenziell seltener zu einer Teilnahme bereit sind, wurden für diese Auswertungen die Ergebnisse nach der Bildungsverteilung des Mikrozensus für jedes Jahr gewichtet, um die Überrepräsentation von Abiturienten sowie die Unterschätzung der Antworten von Personen mit niedrigerer Bildung auszugleichen.

Abbildung 1: Anteil der Internetnutzer in Deutschland und politisches Zeitgeschehen



auf bestimmte Segmente der Bevölkerung. Dazu gehören etwa die Bundestagswahl 2002, die massiven Hartz-IV-Proteste im Sommer 2004 oder auch der G8-Gipfel in Heiligendamm im Jahr 2007. Neben generellen Trends lassen sich so auch die Effekte spezifischer zeitgeschichtlicher Rahmenbedingungen einschätzen.

Die Tatsache, dass sich im Untersuchungszeitraum die Zahl der Online-Nutzer um fast 20 Prozentpunkte erhöht hat, führt zu einer nicht unerheblichen Veränderung der Nutzerstruktur. Während zu Beginn des Jahrzehnts die höher gebildeten, jüngeren und männlichen Nutzer noch sehr stark überwogen, haben sich diese Unterschiede mittlerweile deutlich nivelliert. Da sich die Nutzerschaft sozialstrukturell stark verändert hat, ist die Interpretation von allgemeinen Trends in der politischen Online-Kommunikation erschwert. Vielmehr ist ein Blick in die einzelnen Untergruppen notwendig, um Veränderungen richtig einschätzen zu können.

Tabelle 2 zeigt, welche Teilgruppen der Gesellschaft in welchem Umfang in den jeweiligen Jahren bereits das Internet genutzt haben. Unterschieden werden dabei Altersgruppen, Männer und Frauen, drei Einkommensstufen sowie drei weitere Variablen, bei denen jeweils nur eine Teilgruppe in den Tabellen ausgewiesen ist: Erstens Personen, die mindestens halbtags berufstätig sind und gut der Hälfte aller Befragten entsprechen, zweitens Personen, die angegeben haben, einer politischen Partei wenigstens etwas zugeneigt zu sein, sowie drittens Personen, die angegeben haben, sich stark (gegenüber nur mittelmäßig oder wenig) für Politik zu interessieren. Mit nur etwa 20 Prozent der Befragten stellen die sehr Interessierten eine eher kleine Gruppe dar. Die Werte dieser letzten drei Gruppen erhalten ihre Bedeutung aus dem Vergleich zu den Gesamtwerten über alle Befragten in der letzten Zeile. Daraus ergibt sich jeweils, wie weit diese erwerbstätigen oder politknahen Personen sich vom Bevölkerungsdurchschnitt unterscheiden.

Dabei wird deutlich, dass die durchgängig beobachteten Zuwächse von zum Teil erheblich unterschiedlichen Niveaus ausgehen: Während Junge, gut Verdienende und höher Gebildete bereits seit Jahren zu großen Teilen online sind, sind große Teile der Älteren und niedriger Gebildeten bis heute nicht in der vernetzten Gesellschaft angekommen, auch wenn starke Zuwächse in den letzten Jahren gerade in unteren Bildungsgruppen zu verzeichnen sind. Eine weitere Auffälligkeit ist die Stagnation der Internetverbreitung im Zeitraum um 2003 und 2004: Zwischenzeitlich war angenommen worden, dass eine allgemeine Sättigung eingetreten war (Eimeren, Gerhard und Frees 2004), was allerdings durch eine wieder zunehmende Dynamik nach 2004 widerlegt wurde. Eimeren und Frees führen dies unter anderem auf das Hinzutreten von Nutzergruppen wie etwa der »Generation 50plus« zurück (Eimeren und Frees 2007: 363), die bisher kaum einen Bezug zum Netz hatten; dies wird durch unsere Daten in der Tabelle 2 gestützt.

Vor dem Hintergrund dieser allgemeinen Daten zur Verbreitung des Internets in der deutschen Gesellschaft werden nun die konkreten politischen Aktivitäten der Befragten detailliert analysiert.

**Tabelle 2: Internetnutzer in Deutschland
(in Prozent der Gesamtbevölkerung)**

| | | n (2002) ¹ | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|--------------------------|-------|-------|-------|-------------------|-------|
| Alter | 16–29 | 258 | 71,7 | 76,7 | 73,0 | 77,7 | 89,1 |
| | 30–59 | 821 | 45,7 | 51,1 | 52,2 | 56,8 | 67,5 |
| | 60+ | 367 | 11,2 | 11,8 | 14,4 | 17,4 | 25,7 |
| Geschlecht | Männer | 715 | 52,4 | 56,5 | 54,8 | 60,1 | 68,9 |
| | Frauen | 739 | 31,0 | 35,0 | 38,2 | 39,7 | 51,2 |
| Einkommen | bis 1.000 | 230 | 23,9 | 24,6 | 28,2 | 24,6 | 43,4 |
| | bis 2.500 | 686 | 34,8 | 39,5 | 39,1 | 44,2 | 51,5 |
| | über 2.500 | 369 | 68,8 | 64,7 | 68,0 | 71,3 | 78,0 |
| Bildung | Hauptschule | 703 | 24,6 | 26,6 | 27,3 | 32,1 | 40,2 |
| | Mittlere Reife | 442 | 50,0 | 54,5 | 55,4 | 56,4 | 72,1 |
| | Abitur | 296 | 70,3 | 73,8 | 75,9 | 78,6 | 81,6 |
| Erwerbstätige Personen | | 878 | 51,8 | 58,2 | 56,1 | 62,9 | 72,2 |
| Personen mit Parteineigung | | 740 | 43,0 | 45,9 | 46,9 | 50,0 | 58,7 |
| Politisch stark Interessierte | | 332 | 49,7 | 60,2 | 54,0 | ² 53,0 | 61,3 |
| Gesamt | | | 41,5 | 45,4 | 46,5 | 50,2 | 59,8 |
| Stichprobengröße (n): | | | 1.460 | 1.415 | 1.573 | 1.655 | 1.415 |

¹ Für die Interpretation der Daten ist die zum Teil stark unterschiedliche Größe der verglichenen Gruppen von Bedeutung. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird auf die Angabe jeder einzelnen Zellenbesetzung verzichtet. In dieser Tabelle werden beispielhaft die Fallzahlen aller Untergruppen der ersten Welle 2002 ausgewiesen, auf die sich die Prozentwerte beziehen; die Werte für die weiteren Wellen weichen nur graduell von diesen ab. Diese Fallzahlen können auch für die weiteren Tabellen als Maßstab herangezogen werden.

² In der vierten Welle nicht abgefragt. Da es sich um ein relativ stabiles individuelles Merkmal handelt, bezieht sich die Zahl hier nur auf die Fälle, zu denen aus mehreren Wellen Daten vorliegen; starkes Interesse in anderen Wellen wurde hier als Bestimmungsmerkmal für die vierte Welle verwendet. Dies gilt auch für alle nachfolgenden Tabellen.

2.4 Nutzung des Internets als politische Informationsquelle

Eine der konkreten Stärken des Netzes für politische Kommunikation ist seine buchstäblich unendliche Vielfalt an zugänglichen Informationen, die direkt im Netz recherchiert werden können. In der Praxis ist aber häufig eine Konvergenz von Online- und Offline-Aktivitäten anzutreffen. So boten und bieten zahlreiche Organisationen –

etwa Parteien, aber auch die Bundeszentrale sowie die Landeszentralen für politische Bildung – nach wie vor umfangreiche Druckpublikationen an, die auch online bestellt werden können. Wie viele Bürger diese Möglichkeit der Online-Bestellung gedruckter politischer Informationsmaterialien bereits genutzt haben, zeigt Tabelle 3.

Der Anteil aller Befragten (siehe Zeile »Gesamt«), die im Verlauf eines Jahres einmal Broschüren von politisch relevanten Organisationen wie Parteien, Behörden oder Bürgerinitiativen online bestellt haben, ändert sich über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg nur unerheblich, liegt aber etwas über den Werten für eine herkömmliche Bestellung von Politikinformationen (per Post oder Telefon; hier nicht ausgewiesen). Zwischen den Jahren schwanken die Zahlen allerdings um einige Prozentpunkte und in den einzelnen Untergruppen variieren sie von Untersuchungswelle zu Untersuchungswelle teilweise noch etwas deutlicher. Die Zunahme und Ab-

**Tabelle 3: Online-Anforderung von Broschüren
(in Prozent der Gesamtbevölkerung)**

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 15,5 | 20,8 | 11,3 | 16,3 | 17,8 |
| | 30–59 | 8,5 | 12,4 | 10,6 | 10,6 | 8,8 |
| | 60+ | 1,8 | 1,9 | 3,2 | 5,7 | 4,3 |
| Geschlecht | Männer | 11,7 | 15,5 | 11,5 | 13,9 | 11,0 |
| | Frauen | 4,6 | 6,9 | 6,3 | 6,5 | 6,7 |
| Einkommen | bis 1.000 | 4,9 | 6,4 | 5,9 | 7,8 | 4,7 |
| | bis 2.500 | 6,5 | 8,6 | 6,8 | 7,3 | 6,4 |
| | über 2.500 | 14,9 | 17,2 | 14,0 | 14,9 | 13,8 |
| Bildung | Hauptschule | 3,8 | 5,1 | 5,0 | 5,0 | 3,2 |
| | Mittlere Reife | 8,4 | 12,1 | 8,8 | 11,4 | 11,5 |
| | Abitur | 18,6 | 22,8 | 17,6 | 19,0 | 16,6 |
| Erwerbstätige Personen | | 10,0 | 14,5 | 11,0 | 12,7 | 8,8 |
| Personen mit Parteineigung | | 9,4 | 12,7 | 9,5 | 12,9 | 10,4 |
| Politisch stark Interessierte | | 14,8 | 19,4 | 16,0 | 17,0 | 13,8 |
| Gesamt | | 8,1 | 11,0 | 8,9 | 10,3 | 8,9 |

nahme zwischen den Wellen ist möglicherweise auf die bereits in Abbildung 1 dargestellten politischen Rahmenbedingungen zurückzuführen. Im Jahr 2002 waren Bundestagswahlen und im Jahr 2004 überschlug sich die innenpolitische Auseinandersetzung im Zusammenhang mit den sogenannten Hartz-IV-Gesetzen. Beides dürfte bei den Bürgern einen erhöhten Informations- und Orientierungsbedarf zur Folge gehabt haben. Das könnte erklären, wieso in den Jahren 2003 und 2005 mehr Personen angegeben haben, politische Broschüren im vorherigen Jahr angefordert zu haben.

Für Parteien und andere politische Akteure bietet das Internet die Möglichkeit, die klassischen medialen Gatekeeper zu umgehen und ihre Botschaften unmittelbar an die Bürger zu übermitteln. Tatsächlich hat das Angebot von Politiker-Websites vor und auch während des Untersuchungszeitraums stetig zugenommen. Mittlerweile dürfte es kaum noch einen politischen Akteur geben, der nicht durch umfangreiche Informationsangebote im WWW vertreten ist (Zittel 2005: 8). Inwieweit solche Angebote von den Bürgern tatsächlich genutzt werden, ist in Tabelle 4 dargestellt.

Das erhöhte Angebot wird von einer wachsenden Anzahl von Bürgern genutzt. Vergleicht man die in der Tabelle differenzierte Nutzung in verschiedenen Bevölkerungsgruppen, fällt jedoch auf, dass die Nutzung solcher Informationsangebote politischer Akteure nicht in allen Gruppen gleich stark angewachsen ist. Bei einigen Indikatoren zeigt sich, dass eine Zunahme vor allem in solchen Gruppen festzustellen ist, die ohnehin bereits intensive Nutzer waren und die auch besser mit materiellen und kognitiven Ressourcen ausgestattet sind (insbesondere Erwerbstätige, Personen mit hohem Einkommen und höherem Schulabschluss), während von anderen Bevölkerungsteilen diese Option generell wenig genutzt wurde und im Zeitverlauf kaum zugenommen hat. Dies ist ein erster Hinweis auf ein zentrales Problem der Online-Nutzung, das durch die schnelle Verbreitung von Online-Zugängen nicht weniger relevant geworden ist: die digitale Spaltung (Digital Divide), die hier nicht mehr so stark die Menschen mit und ohne Zugang zum Internet trennt, sondern stärker die Personen, die die Ressourcen des Netzes für sich nutzbar machen können, und die, denen dies nicht gelingt (Arnhold 2003; Norris 2001). Mögliche Wissensklüfte, die bereits im Umgang mit klassi-

Tabelle 4: Anzahl derer, die die Website eines Politikers besucht haben (in Prozent der Gesamtbevölkerung)

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 22,1 | 27,3 | 18,6 | 20,3 | 20,5 |
| | 30–59 | 11,0 | 14,8 | 15,6 | 17,6 | 19,1 |
| | 60+ | 2,7 | 2,2 | 4,5 | 6,4 | 8,4 |
| Geschlecht | Männer | 17,2 | 20,2 | 17,6 | 20,7 | 24,7 |
| | Frauen | 4,6 | 7,7 | 9,3 | 9,3 | 8,9 |
| Einkommen | bis 1.000 | 7,8 | 10,2 | 8,8 | 7,9 | 6,3 |
| | bis 2.500 | 8,0 | 10,4 | 9,5 | 11,4 | 12,6 |
| | über 2.500 | 19,0 | 20,4 | 22,3 | 24,5 | 26,7 |
| Bildung | Hauptschule | 5,4 | 6,3 | 6,4 | 8,2 | 8,6 |
| | Mittlere Reife | 11,8 | 15,7 | 14,3 | 15,9 | 17,6 |
| | Abitur | 23,0 | 27,6 | 28,0 | 28,4 | 30,0 |
| Erwerbstätige Personen | | 13,9 | 18,1 | 17,5 | 20,4 | 21,2 |
| Personen mit Parteineigung | | 12,6 | 15,6 | 17,0 | 19,1 | 20,6 |
| Politisch stark Interessierte | | 20,2 | 26,9 | 24,9 | 27,3 | 26,2 |
| Gesamt | | 10,8 | 13,7 | 13,4 | 15,2 | 16,3 |

schen Medien beschrieben wurden (Bonfadelli 1994; Bonfadelli 2002), gewinnen hier neue Aktualität (Bonfadelli 2000; Wirth 1999).

Hauptindikator für die Nutzung des Netzes als Informationsquelle ist die Frage, ob die Menschen die Online-Medien generell dazu nutzen, um sich über politische Sachverhalte und Ereignisse zu informieren. Tabelle 5 ist zu entnehmen, dass im Schnitt etwa ein Drittel aller Deutschen politische Informationen dem Internet entnimmt, wobei die Tendenz bis 2005 steigend war, im Jahr 2007 aber wieder sehr deutlich zurückging. Dieser Rückgang ist in allen Bevölkerungsgruppen zu verzeichnen, wenn auch im unterschiedlichen Ausmaß. Ob es sich dabei um den längerfristigen Trend eines nachlassenden Interesses handelt oder um eine vorübergehende Erscheinung der Beruhigung nach einer Phase des politischen Umbruchs, wird sich in den nachfolgenden Erhebungswellen zeigen.

Tabelle 5: Anzahl derer, die politische Informationen online gelesen haben (in Prozent der Gesamtbevölkerung)⁶

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 55,0 | 57,8 | 58,9 | 67,8 | 57,0 |
| | 30–59 | 28,6 | 32,1 | 40,6 | 43,5 | 33,5 |
| | 60+ | 5,2 | 4,3 | 10,2 | 10,6 | 8,4 |
| Geschlecht | Männer | 37,2 | 39,6 | 44,3 | 49,1 | 38,1 |
| | Frauen | 17,6 | 19,7 | 28,5 | 28,4 | 19,4 |
| Einkommen | bis 1.000 | 15,2 | 21,9 | 23,6 | 19,3 | 16,6 |
| | bis 2.500 | 21,6 | 23,8 | 29,4 | 33,0 | 22,7 |
| | über 2.500 | 50,5 | 42,8 | 55,0 | 58,0 | 40,7 |
| Bildung | Hauptschule | 9,2 | 12,3 | 19,2 | 22,2 | 13,8 |
| | Mittlere Reife | 28,1 | 28,3 | 42,4 | 44,1 | 35,4 |
| | Abitur | 50,7 | 48,3 | 65,7 | 66,5 | 54,2 |
| Erwerbstätige Personen | | 34,3 | 38,0 | 44,4 | 49,9 | 36,2 |
| Personen mit Parteineigung | | 32,8 | 30,1 | 38,4 | 41,2 | 28,9 |
| Politisch stark Interessierte | | 44,0 | 48,7 | 49,1 | 46,0 | 32,7 |
| Gesamt | | 27,3 | 29,3 | 36,4 | 39,1 | 27,8 |

Besonders auffällig sind hierbei die ausgeprägten Unterschiede zwischen den Generationen. Junge Erwachsene, die bereits zu fast 90 Prozent Internetnutzer sind, sind ausgesprochene Intensivnutzer des Internets zu Informationszwecken. Ein Vergleich mit der Nutzung von politischen Hintergrundinformationen aus herkömmlichen Medien (politische Print- und Fernsehmagazine, intensive Nutzung des Politikteils der Tageszeitung, siehe Tabelle 6) zeigt, dass

6 Hier wurde die Frageformulierung im Jahr 2004 geändert, um zu prüfen, ob ein Unterschied zwischen dem »Suchen« und dem »Lesen« von politischen Informationen im Internet besteht. Es zeigte sich bei einem über eine geteilte Stichprobe durchgeführten Methodentest, dass die offener gehaltene »Lesen«-Formulierung zu einer um den Faktor 1.173 erhöhten Bejahung der Frage führte. Im Sinn einer wellenübergreifenden Vergleichbarkeit sind in dieser Tabelle die Werte der »Lesen«-Formulierung von 2004 bis 2007 dargestellt und die Häufigkeiten der ersten beiden Wellen wurden um den o. g. Faktor nach oben gewichtet.

diese junge Generation die einzige Gruppe ist, die sich hier bereits stärker auf das Netz als auf die klassischen Medien verlässt.

Auffallend ist darüber hinaus, dass die sozialen Unterschiede bei der politischen Informationsnutzung im Netz deutlicher hervortreten als bei den klassischen Medien. Personen mit niedrigem Einkommen und niedrigerer Bildung nutzen zwar auch weniger die herkömmlichen Medien als Personen mit hohem Einkommen, betrachtet man jedoch die Rezeption von politischen Online-Angeboten, fallen die Unterschiede wesentlich deutlicher aus. Auch das ist vor dem Hintergrund von Online Citizenship und digitaler Spaltung ein bedenkliches Ergebnis.

Tabelle 6: Anzahl derer, die politische Informationen offline bezogen haben (in Prozent der Gesamtbevölkerung)⁷

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 35,1 | 37,3 | 38,5 | 36,8 | 26,4 |
| | 30–59 | 44,3 | 48,8 | 46,3 | 47,8 | 44,0 |
| | 60+ | 56,2 | 62,1 | 70,0 | 73,8 | 65,7 |
| Geschlecht | Männer | 54,0 | 60,0 | 58,6 | 60,0 | 53,6 |
| | Frauen | 38,6 | 42,0 | 42,9 | 44,2 | 42,0 |
| Einkommen | bis 1.000 | 36,1 | 36,4 | 44,5 | 39,4 | 35,9 |
| | bis 2.500 | 42,8 | 48,4 | 49,4 | 51,2 | 42,2 |
| | über 2.500 | 60,5 | 60,2 | 57,5 | 60,2 | 58,5 |
| Bildung | Hauptschule | 36,7 | 43,7 | 41,5 | 47,6 | 39,9 |
| | Mittlere Reife | 49,1 | 48,9 | 51,8 | 47,4 | 44,2 |
| | Abitur | 63,5 | 68,1 | 69,5 | 67,6 | 64,8 |
| Erwerbstätige Personen | | 44,6 | 50,4 | 47,3 | 49,0 | 44,3 |
| Personen mit Parteineigung | | 57,6 | 57,8 | 62,7 | 63,1 | 59,7 |
| Politisch stark Interessierte | | 88,5 | 91,6 | 89,5 | 84,2 | 77,9 |
| Gesamt | | 46,1 | 50,7 | 50,7 | 52,4 | 47,2 |

7 Da fast alle Befragten täglich zumindest mit Fernsehnachrichten in Berührung kommen und es sich dabei quasi um eine Konstante handelt, sind in dieser Tabelle die Nutzer ausgewiesen, die wenigstens eine Quelle politischer Hintergrundinformationen (TV- und Print-Magazine, Politikteil der Tageszeitung) häufig nutzen.

**Tabelle 7: Anzahl derer, die online Gespräche geführt haben
(in Prozent der Gesamtbevölkerung)**

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 33,7 | 41,3 | 37,8 | 48,5 | 49,1 |
| | 30–59 | 13,0 | 14,6 | 15,6 | 16,6 | 13,0 |
| | 60+ | 3,0 | 2,8 | 2,7 | 3,2 | 3,0 |
| Geschlecht | Männer | 18,7 | 22,0 | 21,5 | 24,3 | 21,0 |
| | Frauen | 9,6 | 10,3 | 11,2 | 11,7 | 10,8 |
| Einkommen | bis 1.000 | 11,3 | 12,8 | 12,0 | 14,0 | 15,9 |
| | bis 2.500 | 12,1 | 15,2 | 12,0 | 15,4 | 11,9 |
| | über 2.500 | 23,9 | 19,5 | 25,6 | 23,1 | 18,2 |
| Bildung | Hauptschule | 6,5 | 8,0 | 9,9 | 10,4 | 7,8 |
| | Mittlere Reife | 17,2 | 18,2 | 18,8 | 22,3 | 23,3 |
| | Abitur | 27,7 | 29,6 | 26,8 | 28,2 | 22,3 |
| Erwerbstätige Personen | | 17,0 | 19,2 | 18,6 | 20,6 | 16,7 |
| Personen mit Parteineigung | | 15,7 | 14,4 | 15,8 | 19,5 | 15,8 |
| Politisch stark Interessierte | | 19,3 | 21,4 | 20,5 | 21,5 | 18,8 |
| Gesamt | | 14,1 | 16,0 | 16,3 | 18,2 | 16,0 |

2.5 Nutzung des Internets für interpersonale Kommunikation

Zu der von uns neben der Information als zweite Dimension politischer Kommunikation definierten interpersonalen Kommunikation über Politik gehört die Möglichkeit, online unabhängig von räumlicher und zeitlicher Trennung interpersonal mit anderen Menschen über Politik zu kommunizieren, etwa in Chats oder per E-Mail.

Während in herkömmlichen Face-to-face-Gesprächen bei praktisch allen Menschen mehr oder weniger regelmäßig auch politische Themen zur Sprache kommen (nur knapp sieben Prozent der Befragten gaben 2007 an, nie über Politik zu sprechen), ist das Netz nur für eine Minderheit der Ort für politische Diskussionen. Bemerkenswert ist aber, dass trotz veränderter Nutzerstruktur ein Anwachsen des Anteils derjenigen erkennbar ist, die das Internet für politi-

sche Gespräche nutzen, wobei auch hier – ähnlich wie bei der allgemeinen Informationssuche – im Jahr 2007 ein Rückgang zu verzeichnen ist.

Bei der interpersonalen Kommunikation zeigen sich ebenfalls über alle Untersuchungswellen hinweg bei einigen Variablen deutliche Gruppenunterschiede: Vor allem das Alter, doch auch die Bildung erweisen sich als relevante Einflussfaktoren. Es sind wiederum die ganz Jungen und die höher Gebildeten, für die das Netz offensichtlich auch den Ort für den interpersonalen politischen Austausch darstellt. Selbst die besonders politikaffinen Befragten, seien es politisch stark Interessierte oder Menschen mit klarer Parteipräferenz, kommen nicht annähernd in den Bereich, in dem junge Menschen im Netz Politik verhandeln. Während sich die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sogar noch verstärkt haben, sind sie zwischen den Bildungsgruppen relativ stabil geblieben, zwischen den Einkommensgruppen hat sich der Graben bezüglich der interpersonalen Kommunikation tendenziell nivelliert. Bemerkenswert ist auch, dass politisches Interesse und Parteineigung zwar die Informationssuche deutlich begünstigen, wenn es aber um den interpersonalen Austausch über politische Themen geht, zeigt sich, dass diese Gruppen online kaum häufiger über Politik reden als der Rest der Bevölkerung.

Eine weitere, auch in der Literatur diskutierte neue Option des Internets ist die leichtere Kontaktaufnahme mit Entscheidungsträgern aus der Politik. Neben E-Mails wird diese Art des Bürgerkontakts in Chats, Weblogs und Online-Foren von politischen Verantwortlichen proaktiv angeboten. Allerdings zeigen die im Vergleich zu den oben ermittelten Häufigkeiten eher kleinen Zahlen, dass diese Aktivität nur eine geringe Bedeutung hat – sicher auch deswegen, weil die zahlenmäßig kleine Gruppe der Politiker sich mit allen Wählern, die sie repräsentieren, in dieser Form nicht einmal sporadisch austauschen könnten, selbst wenn sie die Aufgabe komplett an ihre Mitarbeiter delegieren würden.

Zwar steigt die Zahl derer, die innerhalb des vergangenen Jahres online Kontakt mit einem Politiker aufgenommen haben, im Laufe der Jahre an, sie bewegt sich jedoch auf relativ niedrigem Niveau; und es ist angesichts der Kapazitätsgrenzen, denen solche Kontakte unterliegen, nicht anzunehmen, dass sich hieraus eine wesentliche Stütze einer online-gestützten neuen Bürgerschaft entwickelt. Be-

**Tabelle 8: Zahl derer, die Online-Kontakte mit Politikern hatten
(in Prozent der Gesamtbevölkerung)**

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 3,1 | 3,1 | 5,2 | 6,2 | 6,4 |
| | 30–59 | 2,2 | 2,8 | 5,1 | 5,5 | 6,1 |
| | 60+ | 1,4 | 1,1 | 2,7 | 1,5 | 3,3 |
| Geschlecht | Männer | 3,5 | 3,7 | 6,9 | 7,1 | 8,7 |
| | Frauen | 0,8 | 1,2 | 2,2 | 1,9 | 2,6 |
| Einkommen | bis 1.000 | 0,4 | 1,6 | 5,0 | 2,6 | 2,1 |
| | bis 2.500 | 1,6 | 2,0 | 3,2 | 3,0 | 3,2 |
| | über 2.500 | 4,3 | 3,6 | 7,0 | 7,7 | 10,1 |
| Bildung | Hauptschule | 0,9 | 1,2 | 3,5 | 2,9 | 2,9 |
| | Mittlere Reife | 1,8 | 2,9 | 2,6 | 4,3 | 5,2 |
| | Abitur | 5,4 | 4,3 | 9,5 | 8,4 | 10,9 |
| Erwerbstätige Personen | | 3,2 | 2,8 | 5,8 | 5,9 | 7,3 |
| Personen mit Parteineigung | | 3,0 | 3,1 | 6,3 | 6,8 | 7,6 |
| Politisch stark Interessierte | | 5,4 | 6,9 | 9,5 | 9,1 | 10,0 |
| Gesamt | | 2,1 | 2,4 | 4,6 | 4,6 | 5,4 |

merkwürdig sind auch hier allerdings die Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen. Bei den direkten Kontakten mit Vertretern der etablierten Politik sind es diesmal nicht die Jüngeren, die sich deutlich absetzen. Stattdessen findet man relativ hohe Werte bei den Älteren sowie bei Personen mit höherem Einkommen, die den digitalen Weg nutzen, um Einfluss auf die etablierte Politik zu nehmen. Die festgestellten Unterschiede zwischen den Gruppen finden sich in allen Erhebungswellen, wenn auch mit gewissen Schwankungen.

2.6 Nutzung des Internets für partizipative Kommunikation

In der Literatur wird vor allem dem dritten Feld politischer Kommunikation, das wir »partizipative Kommunikation« nennen, starke

Aufmerksamkeit gewidmet. Im Gegensatz zu vielen Studien, in denen vor allem der Einfluss der Internetnutzung auf klassische politische Partizipationsaktivitäten wie Wahlbeteiligung, Parteimitgliedschaft oder Ähnliches untersucht wurde (siehe oben), haben wir in unsere Untersuchung auch solche Aktivitäten aufgenommen, die durch das Netz neu hinzugetreten sind.

Analog zur Kontaktaufnahme mit Politikern ermöglicht das Internet auch die Kontaktaufnahme mit den (klassischen) publizistischen Medien, wodurch diese Kontaktaufnahme den Bereich der interpersonalen Kommunikation verlässt und zu einer Form der öffentlichen Meinungsäußerung und damit der politischen Beteiligung wird. Wie Tabelle 9 zeigt, wird diese Möglichkeit durchaus genutzt, und zwar wesentlich intensiver als die althergebrachte: Selbst im Spitzenjahr 2005 schrieben insgesamt nur etwa sieben Prozent der Befragten einen Leserbrief per Post, wobei sich die verschiedenen Bevölkerungsgruppen kaum unterscheiden.

Die Daten zeigen, dass hier – jenseits größerer Schwankungen – weder durch den Zeitverlauf noch durch das Hinzutreten neuer Nutzergruppen ein kontinuierlicher Anstieg über die fünf untersuchten Jahre zu verzeichnen ist. Offenbar handelt es sich um eine grundsätzlich bereits etablierte Art der Online-Kommunikation, die jedoch – das zeigen die Schwankungen in den Partizipationsraten – sehr zielgerichtet und bei entsprechenden Gelegenheiten durchaus intensiv eingesetzt wird.

Auffällig und diskussionswürdig ist vor diesem Hintergrund die extreme Spitze im Zeitraum 2004/2005. Betrachtet man die Personengruppen, schlagen hier überdurchschnittlich stark Ältere, Frauen, Personen mit geringem Einkommen und niedrigerer Bildung nach oben aus. Dieser Befund steht im deutlichen Gegensatz zu der grundsätzlichen Erkenntnis, dass die materiell Privilegierten die Kommunikationsmöglichkeiten des Netzes intensiver für ihre Zwecke nutzen. Geht man von der Annahme aus, dass insbesondere die in der Öffentlichkeit über Monate hinweg intensiv geführte Hartz-IV-Debatte für diese starken Aktivitäten verantwortlich sein könnte, so scheint hier das Internet in idealtypischer Weise den Betroffenen eine Stimme gegeben zu haben. Die Befragten mit geringem Einkommen erreichen hier punktuell den zweithöchsten überhaupt gemessenen Wert während des gesamten Untersuchungszeitraums.

**Tabelle 9: Zahl derer, die Leserbriefe online geschrieben haben
(in Prozent der Gesamtbevölkerung)**

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 25,6 | 20,5 | 20,7 | 24,9 | 19,1 |
| | 30–59 | 11,3 | 9,3 | 10,9 | 18,4 | 8,8 |
| | 60+ | 3,8 | 2,5 | 1,9 | 14,1 | 6,0 |
| Geschlecht | Männer | 19,2 | 14,3 | 14,7 | 23,6 | 14,2 |
| | Frauen | 5,1 | 4,7 | 6,2 | 13,3 | 5,8 |
| Einkommen | bis 1.000 | 8,2 | 6,4 | 6,6 | 26,8 | 7,4 |
| | bis 2.500 | 9,2 | 7,7 | 9,5 | 16,3 | 5,7 |
| | über 2.500 | 22,0 | 13,1 | 14,7 | 21,2 | 13,3 |
| Bildung | Hauptschule | 7,5 | 4,8 | 6,4 | 14,2 | 4,0 |
| | Mittlere Reife | 13,3 | 10,5 | 11,3 | 21,6 | 12,4 |
| | Abitur | 20,6 | 17,4 | 18,2 | 22,7 | 16,9 |
| Erwerbstätige Personen | | 15,6 | 11,6 | 12,8 | 20,5 | 11,1 |
| Personen mit Parteineigung | | 13,2 | 10,0 | 9,5 | 22,7 | 10,6 |
| Politisch stark Interessierte | | 19,3 | 15,5 | 13,1 | 27,3 | 13,1 |
| Gesamt | | 12,0 | 9,3 | 10,4 | 19,6 | 9,6 |

Eine in letzter Zeit häufiger diskutierte Möglichkeit, sich online stärker als bisher an politischen Prozessen zu beteiligen, sind Online-Petitionen sowie Unterschriftensammlungen (Nowack und Orth 2007).⁸

Die Nutzungszahlen sind hier allerdings eher moderat, sodass auch der durchaus beobachtbare Anstieg über die Zeit nur wenig Dynamik für neues bürgerschaftliches Engagement erwarten lässt. Die Schwankungen zwischen den Erhebungswellen, die insbesondere in einzelnen Untergruppen zu verzeichnen sind, lassen sich vermutlich darauf zurückführen, dass die Beteiligung an dieser Partizipationsform jeweils von der aktuellen Themenagenda abhängt und

8 Ein Beispiel ist die Petition zum Thema »Generation Praktikum«, die 2006 online beim Deutschen Bundestag eingereicht wurde und online sehr viel Unterstützung sowie starke Beachtung in den Medien fand (Deutscher Bundestag 2007).

Tabelle 10: Zahl derer, die online an einer Unterschriftensammlung teilgenommen haben (in Prozent der Gesamtbevölkerung)

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|-------------------------------|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 8,9 | 16,8 | 8,5 | 10,8 | 15,8 |
| | 30–59 | 3,9 | 5,6 | 5,3 | 4,9 | 6,6 |
| | 60+ | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 1,7 | 3,5 |
| Geschlecht | Männer | 4,9 | 7,5 | 4,8 | 6,1 | 8,4 |
| | Frauen | 2,7 | 4,8 | 4,5 | 4,1 | 5,5 |
| Einkommen | bis 1.000 | 3,9 | 4,8 | 5,0 | 4,4 | 6,4 |
| | bis 2.500 | 3,2 | 5,1 | 3,2 | 4,1 | 4,5 |
| | über 2.500 | 6,2 | 9,0 | 7,4 | 7,1 | 11,5 |
| Bildung | Hauptschule | 1,1 | 2,8 | 2,0 | 2,5 | 2,5 |
| | Mittlere Reife | 4,3 | 6,7 | 3,6 | 4,1 | 9,0 |
| | Abitur | 9,1 | 12,7 | 11,8 | 11,4 | 13,6 |
| Erwerbstätige Personen | | 4,7 | 8,1 | 5,3 | 5,7 | 8,2 |
| Personen mit Parteineigung | | 4,6 | 6,5 | 5,4 | 5,8 | 7,1 |
| Politisch stark Interessierte | | 5,7 | 9,5 | 7,5 | 6,4 | 10,6 |
| Gesamt | | 3,8 | 6,1 | 4,7 | 5,1 | 7,1 |

insofern keine routinierte Partizipationsform darstellt. Es zeigt sich außerdem, wie bei einigen anderen Aktivitäten, dass es sich offensichtlich um eine Kommunikationsform handelt, die eher von Informationseliten (Jüngere, politisch Interessierte, Menschen mit vergleichsweise hohem Einkommen) genutzt wird. Allerdings gehen die Unterschiede nicht über die generellen Nutzungsklüfte hinaus. Eine politikbezogene spezifische Beteiligungsdiskrepanz ist bei Unterschriftensammlungen nicht zu beobachten.

Zu den Klassikern der häufig diskutierten neuen Netzoptionen gehört schließlich der Wechsel des bisher im Wesentlichen zur stimmlosen Medienrezeption verurteilten Bürgers auf die Seite der Kommunikatoren/Medienanbieter mit potenziell unbegrenztem weltweitem Publikum.

Die Daten für Personen mit einer eigenen privaten Homepage zeigen, dass die Aktivität hier eher stagniert. Betrachtet man jedoch

**Tabelle 11: Personen mit privater Homepage (2002–2005)
bzw. Nutzung des Web-2.0-Angebots (2007; jeweils in Prozent
der Gesamtbevölkerung)**

| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 |
|--|----------------|------|------|------|------|------|
| Alter | 16–29 | 12,4 | 12,8 | 12,2 | 10,7 | 32,6 |
| | 30–59 | 5,8 | 4,9 | 5,9 | 6,9 | 6,3 |
| | 60+ | 1,6 | 0,8 | 1,9 | 3,2 | 2,2 |
| Geschlecht | Männer | 7,7 | 7,9 | 8,4 | 9,5 | 14,5 |
| | Frauen | 4,3 | 2,8 | 3,7 | 3,4 | 4,7 |
| Einkommen | bis 1.000 | 4,8 | 2,7 | 2,9 | 4,4 | 7,4 |
| | bis 2.500 | 4,4 | 4,0 | 5,0 | 5,1 | 6,0 |
| | über 2.500 | 9,5 | 8,7 | 8,3 | 9,4 | 10,3 |
| Bildung | Hauptschule | 2,7 | 2,8 | 3,8 | 4,5 | 4,3 |
| | Mittlere Reife | 7,7 | 6,7 | 6,4 | 7,3 | 12,2 |
| | Abitur | 10,8 | 8,3 | 10,1 | 9,8 | 15,1 |
| Erwerbstätige Personen | | 5,9 | 6,5 | 7,0 | 7,5 | 9,8 |
| Personen mit Parteineigung | | 6,5 | 5,1 | 6,3 | 7,6 | 9,2 |
| Politisch stark Interessierte | | 7,2 | 7,4 | 6,4 | 7,9 | 10,0 |
| Gesamt | | 5,9 | 5,2 | 6,0 | 6,5 | 9,3 |
| Anders als bei den vorherigen Aktivitäten ist hier nicht nur die politische, sondern die allgemeine Nutzung dieser Option (Weblogs, Podcasts, Videos auf YouTube o. Ä.) dargestellt. | | | | | | |

die Veränderungen von 2005 auf 2007, wird hier die ungeheure Dynamik der Internetentwicklung deutlich. Innerhalb weniger Jahre erreichen neue Formen der Kommunikation – hier die auf Breitband-Internetzugänge und multimediale Kapazitäten und Kompetenzen angewiesenen Web-2.0-Aktivitäten – große Reichweiten.⁹ Wie Erfahrungen mit anderen Medieninnovationen zeigen, etwa beim Mobilfunk, sind es vor allem junge Leute, die sich diese Kommunikationstechniken sofort aneignen. Hier spielen die Variablen »Einkommen« und »Bildung«, denen man in anderen Bereichen der Innovations-

9 Zu detaillierten Auswertungen hinsichtlich Web-2.0-Anwendungen in der politischen Kommunikation siehe Bräuer, Seifert und Wolling 2008.

durchsetzung eine zentrale Rolle zuspricht (Rogers 1995), nur eine geringe Rolle. Betrachtet man dabei allerdings genauer die politische Dimension, sieht das Bild anders aus: Das Web 2.0 wird bisher nur minimal für politische Kommunikation genutzt. In unseren Befragungen war die Zahl der Personen, die bereits einmal Web-2.0-Angebote mit politischem Inhalt erstellt haben, nur knapp über der Nachweisgrenze. Im Jahr 2007 waren es ganze zehn Personen und damit etwa 0,7 Prozent der Befragten, allesamt politisch stark interessierte junge Männer. Die große Medienaufmerksamkeit, die Politiker-Podcasts oder YouTube-Filme über die US-Präsidentschaftskandidaten auf sich ziehen, überdecken damit die Tatsache, dass neueste technische Möglichkeiten aus politisch Interessierten nicht automatisch ›öffentlich sichtbare‹ politische Akteure machen. Gerade in diesem Bereich ist zu erwarten, dass Medienkompetenz und der erforderliche Aufwand für Produktion und Pflege solcher Angebote eine gewisse Hürde darstellen.

Abschließend soll noch auf eine besondere Form der politischen Beteiligung eingegangen werden, die gerade in jüngster Zeit im Zusammenhang mit dem US-Wahlkampf erhebliche Beachtung erfahren hat: die Geldspende. Aus dem aktuellen Präsidentschaftsvorwahlkampf 2008 wurde von Spenden in dreistelliger Millionenhöhe berichtet, die von Kleinspendern über das Internet beschafft wurden (Vargas 2008). Aus der Sicht des einzelnen Bürgers handelt es sich dabei eher um eine Form der Beteiligung, die wenig Gestaltungskraft impliziert. Aus der Sicht des politischen Systems kann diese Form der Mittelakquisition hingegen durchaus erhebliche Verschiebungen im Machtgefüge zur Folge haben, weil durch das Internet Personen zum finanziellen Engagement motiviert werden können und auf diese Weise politischen Einfluss ausüben, den sie sonst vermutlich nicht geltend gemacht hätten. Ohne die online gesammelten Spendengelder wäre es beispielsweise Barack Obama vermutlich schwergefallen, sich im Vorwahlkampf gegen Hillary Clinton durchzusetzen.

Die in der Untersuchung gestellte Frage nach Geldspenden bezieht sich auf politische Zwecke im weiteren Sinne (siehe oben), also nicht nur auf Parteispenden, sondern auch auf die Unterstützung zum Beispiel von Bürgerinitiativen oder Umweltgruppen. Spenden für humanitäre Zwecke, wie etwa Katastrophenhilfe, sind jedoch ausgeschlossen worden. Ein etwas verkürzter Vergleich zwischen der

Tabelle 12: Zahl derer, die sich auf herkömmliche Art und online an politischen Spenden beteiligt haben (in Prozent der Gesamtbevölkerung)

| | | herkömmlich | | online |
|-------------------------------|----------------|-------------|------|--------|
| | | 2002 | 2007 | 2007 |
| Alter | 16–29 | 9,3 | 2,3 | 0,0 |
| | 30–59 | 9,9 | 4,0 | 0,5 |
| | 60+ | 10,4 | 10,3 | 0,8 |
| Geschlecht | Männer | 13,1 | 5,8 | 0,7 |
| | Frauen | 6,9 | 4,9 | 0,3 |
| Einkommen | bis 1.000 | 7,0 | 6,3 | 0,0 |
| | bis 2.500 | 9,8 | 5,4 | 0,2 |
| | über 2.500 | 11,9 | 5,3 | 1,1 |
| Bildung | Hauptschule | 7,5 | 4,9 | 0,3 |
| | Mittlere Reife | 8,6 | 2,9 | 0,5 |
| | Abitur | 17,2 | 9,1 | 0,9 |
| Erwerbstätige Personen | | 10,7 | 7,7 | 0,4 |
| Personen mit Parteineigung | | 12,0 | 11,0 | 1,1 |
| Politisch stark Interessierte | | 18,7 | 14,9 | 1,2 |
| Gesamt | | 11,7 | 7,9 | 0,5 |

Abwicklung von Spenden online und offline zeigt, dass das Internet in Deutschland – anders als in den USA – in dieser Beziehung (noch) keine Rolle spielt. Die Unterschiede beider Länder in Bezug auf das politische System/Wahlsystem, insbesondere die viel stärker als in Deutschland auf privates Engagement und Geld angewiesenen Wahlkampagnen in den USA, spielen hier sicherlich eine Rolle.

3 Online Citizenship – Möglichkeiten und Grenzen

Die Frage nach dem demokratischen Potenzial des Internets in Deutschland erhält vor allem vor dem Hintergrund der Debatte um Politikverdrossenheit, das geringe politische Interesse von Teilen der

Bürgerschaft und die mangelhafte Beteiligung im demokratischen Prozess ihre Relevanz (Wolling 2008). Die Möglichkeiten der politischen Online-Kommunikation könnten diesen als negativ und teilweise sogar als gefährlich eingestuften Tendenzen entgegenwirken. Die Daten aus unserer langfristigen Beobachtung der politischen Kommunikation zeigen, dass das Netz sich vor allem als Quelle politischer Informationen etabliert hat. Insbesondere junge Menschen nutzen die Informationsoptionen des Internets bereits intensiver als Fernsehen oder Zeitung. Gleiches zeigt sich bei der interpersonalen Kommunikation: Es sind vor allem die Jüngeren, die viel selbstverständlicher auf die Möglichkeiten der Online-Kommunikation zurückgreifen, wenn sie sich über politische Themen mit anderen austauschen wollen. Während Unterschiede zwischen den Generationen, die bei der Nutzung traditioneller Informationsquellen bestehen, durch die Informationskommunikation im Internet tendenziell nivelliert werden, gibt es auf der anderen Seite auch Klüfte zwischen sozialen Gruppen, die durch das Netz noch verschärft werden. Insbesondere gute Bildung und hohes Einkommen hängen ganz deutlich mit einer stärkeren Nutzung politischer Kommunikation zusammen – online noch stärker als offline. Allerdings zeigen sich vor allem bei einigen Partizipationsaktivitäten Ausnahmen von dieser Regel: Bestimmte inhaltliche Debatten scheinen durchaus in der Lage zu sein, auch politik- und internetferne Personen stark zu mobilisieren.

Wie diese empirischen Befunde hinsichtlich ihrer Bedeutung für Demokratie und Bürgerschaft beurteilt werden, hängt davon ab, welche Idealvorstellungen von einer demokratischen Gesellschaft bestehen und welche diesbezüglichen Leistungen speziell vom Internet erwartet werden. Wird der demokratische Gleichheitsgrundsatz als zentrales Beurteilungskriterium eines Online Citizenship herangezogen, sind die Ergebnisse in wesentlichen Teilen desillusionierend. Die bereits durch die sozial heterogen verteilten Zugangschancen bedingte Chancenungleichheit ist bei einigen Formen der politischen Online-Kommunikation sogar noch stärker festzustellen. Bei den meisten anderen Kommunikationsformen finden die vorhandenen Zugangsklüfte in den Nutzungsklüften politikbezogener Anwendungen ihre Fortsetzung. Die digitale Spaltung stellt für ein allgemeines Online Citizenship zweifellos ein (zumindest zurzeit) unüberwindbares Hindernis dar.

Stellt man hingegen weniger hohe Ansprüche an die Gleichheit allgemeiner Beteiligungschancen und schaut mehr auf die Chancen bestimmter Bevölkerungsteile, die sonst möglicherweise gar nicht oder nur geringfügig mobilisierbar wären, wird ein differenzierteres Urteil notwendig und es gibt Anlass für vorsichtigen Optimismus. Bei vielen Formen politischer Online-Kommunikation erweisen sich zwar die klassischen Ressourcen und Merkmale (Einkommen, Bildung, Parteineigung, politisches Interesse), die generell für das politikbezogene Engagement relevant sind, auch dort als bedeutsam; allerdings findet man einige interessante Ausnahmen. Besonders eindrucksvoll sind die im Zusammenhang mit der Nutzung von Online-Leserbriefen erzielten Ergebnisse. Diese Befunde weisen möglicherweise darauf hin, dass auch benachteiligte Gruppen durchaus vom Netz profitieren können und damit bürgerschaftlichem Handeln im Internet eine neue Qualität verleihen – wenn entsprechende Rahmenbedingungen wie persönliche Betroffenheit und zumindest grundlegende Medien- und Kommunikationskompetenzen vorhanden sind. Festzuhalten ist die Notwendigkeit, sowohl Inhalte als auch Zielsetzungen der politikbezogenen Aktivitäten der jeweiligen Bevölkerungsgruppen genauer zu untersuchen.

Die vorliegenden Daten sprechen dafür, dass die jüngere Generation sich nicht, wie häufig vermutet, generell von Politik abwendet. Vielmehr pflegt sie einen grundsätzlich anderen Politikstil. Es scheint so, als ginge es ihr mehr um den politischen Diskurs über die Sache selbst als um die zielorientierte politische Einflussnahme im Rahmen fester Strukturen. Gerade bei den auf den Kern des etablierten politischen Entscheidungssystems abzielenden Aktivitäten sind sie unterdurchschnittlich vertreten. Dies ist eine Entwicklung, die gerade die Parteien als die stärksten Organisationen in unserem politischen System im Hinblick auf Mitgliederschwund und Überalterung ihrer Mitgliedschaft am stärksten zu spüren bekommen. Nicht zuletzt deswegen sind deutliche Veränderungen in der Mobilisierungsstruktur vor allem durch einen Generationswechsel zu erwarten. Die 16- bis 29-Jährigen sind diejenigen, die man vermutlich am ehesten als stark online-orientierte Bürger und eventuell als die ersten Online Citizens beschreiben kann. Sie eignen sich neueste Formen der Netzkommunikation sehr schnell an (siehe Web 2.0). Auch andere Ergebnisse unseres Projekts weisen darauf hin, dass

sich eine junge online-fokussierte Gruppe herausbildet, wir nennen sie die »bequemen Modernen« (Emmer, Fütting und Vowe 2006), die das Netz intensiv und vielfältig nutzt, sich dafür allerdings in stärkerem Maße von herkömmlichen Aktivitäten abwendet. Dabei handelt es sich zwar (noch) nicht um eine Massenbewegung, die bisher in aggregierten Daten deutlich ins Gewicht fallen würde, sie entwickelt aber in dem Maße eine zunehmende Dynamik, in dem diese Generation in die Gesellschaft hineinwächst bzw. altert.

Dass es parallel dazu nicht flächendeckend gelingt, Bevölkerungsgruppen mit begrenzten finanziellen und Bildungsressourcen in den Prozess mit einzubinden, setzt hier einen Kontrapunkt, der Anlass für die Diskussion politischer Maßnahmen sein sollte, um auch solchen Bevölkerungsgruppen eine angemessene Beteiligungschance einzuräumen. Es bleibt Aufgabe der politischen Bildung, verstärkt deutlich zu machen, welche Chancen mit der demokratischen Beteiligung für den Einzelnen verbunden sind. Der beschwerliche, aber wohl einzig gangbare Weg, die Beteiligungsklüfte zu verkleinern, ist aufzuzeigen, welche Möglichkeiten durch das Netz eröffnet werden, um die eigenen Lebensverhältnisse aktiv mitzugestalten. Ergänzt werden muss dies mit Maßnahmen zur Vermittlung von entsprechender Medienkompetenz. Für den routinierten Online-Nutzer sinken zwar die Hürden der Beteiligung, für andere Gruppen stellt die Beherrschung der Technik eine zusätzliche Hürde dar, die der eigenen Beteiligung im Wege steht.

Teile der Bevölkerung haben einzelne Kommunikationsoptionen des Netzes in ihr politikbezogenes Handlungsrepertoire integriert. Die Nutzung politischer Informationsangebote und die Ergänzung von bisherigen Offline-Tätigkeiten durch Online-Pendants (Leserbriefe, Unterschriftensammlungen) lassen sich nachweisen, ohne dass man von wirklich dramatischen Umwälzungen politischer Kommunikation und Partizipation sprechen könnte. Ohne sich irgendwelchen Illusionen hinzugeben, muss konstatiert werden, dass allen tiefergreifenden und weitergehenden Veränderungen die praktischen Beschränkungen unseres repräsentativ-demokratischen Systems mit 80 Millionen zu beteiligenden Bürgern entgegenstehen – Internet hin oder her. Ob eine Debatte über Online Citizenship sich in der Analyse der technikbezogenen Kommunikation erschöpfen kann, ohne darüber hinaus eine Debatte über die gleichzeitige Öff-

nung des politischen Entscheidungsfindungsprozesses zu führen, erscheint vor diesem Hintergrund fraglich.

Literatur

- Arnhold, Katja. *Digital Divide: Zugangs- oder Wissenskluft?* Cambridge 2003.
- Barber, Benjamin R. »Wie demokratisch ist das Internet? Technologie als Spiegel kommerzieller Interessen«. *Internet & Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie* Hrsg. Claus Leggewie und Christa Maar. Köln 1998. 120–133.
- Beck, Klaus. *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München 2006.
- Bieber, Christoph. *Politische Projekte im Internet*. Frankfurt am Main und New York 1999.
- Bonfadelli, Heinz. *Die Wissenskluft-Perspektive: Massenmedien und gesellschaftliche Information*. Konstanz 1994.
- Bonfadelli, Heinz. »Online-Kommunikation: Die Relevanz der Wissenskluft-Perspektive«. Tagung »Medienwirkungsforschung 2000«. Universität Hohenheim.
- Bonfadelli, Heinz. »The Internet and Knowledge Gaps: A Theoretical and Empirical Investigation«. *European Journal of Communication* (17) 1 2002. 65–84.
- Bräuer, Marco, Markus Seifert und Jens Wolling. »Politische Kommunikation 2.0 – Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet«. *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Anwendungsfelder: Wirtschaft, Politik, Publizistik*. Hrsg. Ansgar Zerfaß, Martin Welker und Jan Schmidt. Köln 2008. 188–209.
- Brown, Edwin F. jr. »Cybergovernment«. *South Carolina Policy Forum* (8) 4 1997. 24–28.
- Deutscher Bundestag. »Beschluss des Deutschen Bundestags zur Petition ›Förderung der Beruflichen Weiterbildung/Praktikum‹ vom 13.12.2007«. Berlin 2007. Online im Internet: www.bundestag.de/ausschuesse/a02/uebersicht_abgeschlossen/bgr_16-00111.pdf.
- Dijk, Jan van, und Kenneth L. Hacker (Hrsg.). »Digital Democracy:

- Issues of Theory and Practice«. Thousand Oaks, London und New Delhi 2000.
- Eimeren, Birgit van, und Beate Frees. »ARD/ZDF-Onlinestudie 2007: Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie«. *Media Perspektiven* 8 2007. 362–378.
- Eimeren, Birgit van, Heinz Gerhard und Beate Frees. »ARD/ZDF-Onlinestudie 2004. Internetverbreitung in Deutschland: Potenzial vorerst ausgeschöpft?« *Media Perspektiven* 8 2004. 350–370.
- Eimeren, Birgit van, Ekkehardt Oehmichen und Christian Schröter. »ARD-Online-Studie 1997: Onlinenutzung in Deutschland«. *Media Perspektiven* 10 1997. 548–557.
- Emmer, Martin. *Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München 2005.
- Emmer, Martin, und Gerhard Vowe. »Mobilisierung durch das Internet? Ergebnisse einer empirischen Längsschnittuntersuchung zum Einfluss des Internets auf die politische Kommunikation der Bürger«. *Politische Vierteljahresschrift* (45) 2 2004. 191–211.
- Emmer, Martin, und Jens Wolling. »Leben in verschiedenen Welten? Themenagenden von Offlinern und Onlinern im Vergleich«. *Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation*. Hrsg. Simone Kimpeler, Michael Mangold und Wolfgang Schweiger. Wiesbaden 2007. 239–250.
- Emmer, Martin, Angelika Fütting und Gerhard Vowe. »Wer kommuniziert wie über politische Themen? Eine empirisch basierte Typologie individueller politischer Kommunikation«. *Medien & Kommunikationswissenschaft* (54) 2 2006. 216–236.
- Garramone, Gina M., Allen C. Harris und Ronald Anderson. »Uses of Political Computer Bulletin Boards«. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (30) 3 1986. 325–339.
- Hagen, Martin. *Elektronische Demokratie. Computernetzwerke und politische Theorie in den USA*. Münster, Hamburg und London 1997.
- Höflich, Joachim R. »Zwischen massenmedialer und technischer Kommunikation. Der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen«. *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?* Hrsg. Klaus Beck und Gerhard Vowe. Berlin 1997. 85–104.

- Kaase, Max. »Partizipation«. *Lexikon der Politik*. Hrsg. Dieter Nohlen. München 1995. 521–527.
- Katz, Elihu. »The Two-Step-Flow of Communication. An Up-To-Date Report on a Hypothesis«. *Public Opinion Quarterly* (21) 1 1957. 61–78.
- Marschall, Stefan. »Parteien und Internet – Auf dem Weg zu Internet-basierten Mitgliederparteien?« *Aus Politik und Zeitgeschichte B* 10 2001. 38–46.
- Morris, Merrill, und Christine Ogan. »The Internet as a Mass Medium«. *Journal of Communication* (46) 1 1996. 39–50.
- Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert und Ramona S. McNeal. *Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation*. Cambridge, MA, und London 2008.
- Müller, Christiane. »Parteien im Internet«. *Demokratie im Internet*. Hrsg. Winand Gellner und Fritz von Korff. Baden-Baden 1998. 157–169.
- Nisbet, Matthew C., und Dietram A. Scheufele. »Political Talk as a Catalyst for Online Citizenship«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* (81) 4 2004. 877–896.
- Norris, Pippa. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge 2001.
- Nowack, Timo, und Stephan Orth. »»Generation Praktikum«: Wie eine Rebellion versendet«. 2007. www.spiegel.de/unispiegel/job_undberuf/0,1518,461562,00.html (Download 11.6.2008).
- Parsons, Talcott. »The Political Aspect of Social Structure and Process«. *Varieties of Political Theory*. Hrsg. David Easton. Englewood Cliffs 1966. 71–112.
- Rheingold, Howard. *The Virtual Community*. New York 1994.
- Rheingold, Howard. »Die Zukunft der Demokratie und die vier Prinzipien der Computerkommunikation«. *Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur*. Hrsg. Stefan Bollmann. Reinbek 1996. 192–200.
- Rössler, Patrick. »Kommunikation online. Beiträge zu Nutzung und Wirkung – Einführung und Überblick«. *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung*. Hrsg. Patrick Rössler. Opladen und Wiesbaden 1998. 7–16.
- Rogers, Everett M. *The Diffusion of Innovations*. New York 1995.
- Schneider, Volker. *Staat und technische Kommunikation. Die politische*

- Entwicklung der Telekommunikation in den USA, Japan, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien.* Opladen und Wiesbaden 1999.
- Schweitzer, Eva J. »Election Campaigning Online – German Party Websites in the 2002 National Elections«. *European Journal of Communication* (20) 3 2005. 327–351.
- Shah, Dhavan V., Jaeho Cho, William P.J.R. Eveland und Nojin Kwak. »Information and Expression in a Digital Age. Modeling Internet Effects on Civic Participation«. *Communication Research* (32) 5 2005. 531–565.
- Turkle, Sherry. *Life on the Screen. Identity in the Age of Internet.* New York 1995.
- Vargas, Jose Antonio. »Campaign.USA: With the Internet Comes a New Political ›Clickocracy««. 2008. www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/03/31/AR2008033102856_pf.html (Download 12.6.2008).
- Virilio, Paul. »Utopie oder Telekopie? Massentelekommunikationsmedien heute«. *Süddeutsche Zeitung* 12.10.1993. 10.
- Weaver, David, und Dan Drew. »Voter Learning and Interest in the 2000 Presidential Election: Did the Media Matter?«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* (78) 4 2001. 787–798.
- Weinreich, Frank. *Moderne Agoren. Nutzungsweisen und Perspektiven von Mailboxsystemen.* Wiesbaden 1997.
- Westermayer, Till. »Parteiinterner Einsatz neuer Medien und die Macht der Eliten«. *Wie das Internet die Politik verändert. Einsatzmöglichkeiten und Auswirkungen.* Hrsg. Arne Rogg. Opladen 2003. 105–115.
- Wirth, Werner. »Neue Wissenskluft durch das Internet? Eine Diskussion relevanter Befunde und Konzepte«. *Medien-Journal* (23) 3 1999. 3–19.
- Wolling, Jens. »Onlinenutzung und Einstellungen zur Politik. Ergebnisse einer repräsentativen Panelstudie«. *Politik in der Mediendemokratie: Politische Vierteljahresschrift Sonderhefte.* Hrsg. Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden 2008.
- Xenos, Michael, und Patricia Moy. »Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement«. *Journal of Communication* (57) 4 2007. 704–718.

- Zittel, Thomas. »Elektronische Demokratie – ein Demokratietypus der Zukunft?« *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 4 2000. 903–925.
- Zittel, Thomas. »Direkte Personalisierte Wählerkommunikation im WWW – Wunsch, Wirklichkeit und Perspektiven«. Gutachten im Auftrag des Deutschen Bundestages. Mannheim: Büro für Technikfolgen-Abschätzung des Deutschen Bundestags (TAB) 2005.